



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟΣ ΑΚΤΙΒΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΣΤΟΝ
ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΩΡΟ»**

Παναγοπούλου Αικατερίνη

ΑΜ: 3819084

9ο Ακαδημαϊκό Εξάμηνο

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Καραμπά Ελπίδα

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ / SUMMARY	4
---------------------------------	----------

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
-----------------------	----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

1.1 Πολιτιστικός Ακτιβισμός: Προσεγγίσεις και Ορισμοί.....	6
--	----------

1.2 Ιστορική Επισκόπηση του Φαινομένου.....	7
---	----------

1.3 Μορφές Ακτιβιστικής παρεμβολής και Δραστηριοποίηση ομάδων.....	8
--	----------

1.4 Μελέτη Περίπτωσης: Adbusters Media Foundation	9
---	----------

1.5 Μελέτη Περίπτωσης Guerrilla Girls.....	13
--	-----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

2.1 Σύγχρονες Μορφές Πολιτιστικού Ακτιβισμού.....	16
---	-----------

2.2 Μελέτη Περίπτωσης: Liberate Tate.....	16
---	-----------

2.3 Μελέτη Περίπτωσης: The Reclaim Shakespeare Company / BP or Not BP?.....	20
---	-----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

3.1 Σύγκριση μεταξύ των ομάδων: Κοινά σημεία, Αντίθεση και Εξέλιξη.....	24
---	-----------

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	26
---------------------------	-----------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	27
---------------------------	-----------

ΛΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ	29
----------------------------	-----------

© Copyright

Αικατερίνη Παναγοπούλου

Η Έρευνα αυτή συντάχθηκε στο πλαίσιο του Προπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών του Τμήματος Πολιτισμού και Δημιουργικών Μέσων και Βιομηχανιών και υποβλήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2023.

Με πλήρη επίγνωση των συνεπειών του νόμου περί πνευματικών δικαιωμάτων, η συγγραφέας επιβεβαιώνει πως η παρούσα Πτυχιακή Εργασία αποτελεί προσωπικό έργο, για την ολοκλήρωση της οποίας κάθε βοήθεια είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται λεπτομερώς στην εργασία αυτή.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία πραγματεύεται το ζήτημα του πολιτιστικού ακτιβισμού και καλλιτεχνικών μεθόδων διαμαρτυρίας. Εξετάζεται μέρος ακτιβιστικών ομάδων, από τις οποίες αντλούνται ορισμένα χαρακτηριστικά. Αυτό γίνεται παραθέτοντας από τη δεκαετία του 1970 μέχρι και σήμερα μια σειρά παρεμβάσεων. Η δράση των ομάδων αυτών περιγράφεται αναλυτικά δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στα κίνητρα, τους στόχους και το προφίλ των μελών της κάθε ομάδας. Την ανάλυση αυτή ακολουθεί μια αποτίμηση της εξέλιξης αυτής της πρακτικής από τις σύγχρονες ομάδες σε σχέση με τις προγενέστερές τους και μια εκτίμηση των δυνατοτήτων επιρροής που ασκούν στην δημόσια σφαίρα. Τέλος, παραθέτονται βασικά σημεία εξέλιξης των ομάδων αυτών που αφορούν την υπεράσπιση βασικών αγαθών όπως ο δημόσιος χώρος, η ελευθέρια των πολιτιστικών ιδρυμάτων και ο βιώσιμος τρόπος ζωής.

SUMMARY

This paper deals with the issue of cultural activism and artistic methods of protest. Part of activist groups is examined, from which certain characteristics are drawn. This is done by citing a series of interventions from the 1970s to the present day. The activities of these groups are described in detail, with particular emphasis on the motives, objectives and profile of the members of each group. This analysis is followed by an assessment of the evolution of this practice by contemporary groups in relation to their predecessors and an evaluation of their potential for influence in the public sphere. Finally, key points in the evolution of these groups are set out, concerning the defence of basic goods such as public space, the freedom of cultural institutions and sustainable lifestyles.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποσκοπεί στη διερεύνηση του πολιτιστικού ακτιβισμού ως μορφή διαμαρτυρίας που λαμβάνει χώρα στη δημόσια σφαίρα με στόχο την επίτευξη κοινωνικών μεταβολών. Το βασικό ερώτημα που επιδιώκει να απαντήσει είναι πώς ορίζεται ο πολιτιστικός ακτιβισμός, πώς ξεκίνησε η ακτιβιστική τέχνη ως μορφή διαμαρτυρίας και πώς εξελίσσεται σήμερα; Για τον σκοπό αυτό, ερευνητικό αντικείμενο αποτελούν ακτιβιστικές ομάδες από την δεκαετία του 1970 ως και το 2000 με επίκεντρο των δράσεων να είναι η ανάπτυξη της βιομηχανίας, των μέσων και του καταναλωτισμού, αλλά και σύγχρονες ομάδες μετά το 2000 που ασχολούνται με την περιβαλλοντική κρίση. Διερευνάται δηλαδή η προοπτική αυτών των υβριδικών μορφών μεταξύ τέχνης και ακτιβισμού να παρέμβουν σε κρίσιμες κοινωνικές αναδιαμορφώσεις και πώς αξιοποιείται η καλλιτεχνική διαμαρτυρία ως αντίδραση σε αυτές.

Παρατηρώντας την αύξηση καλλιτεχνικών μορφών διαμαρτυρίας και παρέμβασης στο δημόσιο χώρο η εργασία αυτή επιχειρεί να χαρτογραφήσει αυτό το πεδίο εστιάζοντας περισσότερο στις παρεμβάσεις που σχετίζονται με την περιβαλλοντική κρίση.

Η εργασία ακολουθεί βιβλιογραφική έρευνα βάσει άρθρων, βιβλίων και επιστημονικών περιοδικών, καθώς και ανάλυση της ήδη υπάρχουσας βιβλιογραφίας σε σχέση με έννοιες, ορισμούς και ομάδες που αντιστοιχούν στο θέμα.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται μια απόπειρα αποτύπωσης ορισμών και ιστορικών προσεγγίσεων γύρω από τον πολιτιστικό ακτιβισμό. Επίσης, αναφέρονται ομάδες που αποτέλεσαν αρχική ακτιβιστική δραστηριότητα στο χώρο της αντι-διαφήμισης. Οι περιπτώσεις αντι-διαφήμισης που αναλύονται δείχνουν τον τρόπο δράσης και των σημερινών ομάδων σε σχέση με τον τρόπο χρήσης των μέσων. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται ορισμένες σύγχρονες ακτιβιστικές ομάδες με οικολογική προσέγγιση και η ακτιβιστική τους δράση. Το τρίτο κεφάλαιο εστιάζει σε πιο σύγχρονες εκφράσεις του πολιτιστικού ακτιβισμού διαπιστώνοντας τις κατευθύνσεις και τις προοπτικές αυτής της ιδιαίτερης και αναπτυσσόμενης κατηγορίας στο πεδίο του πολιτισμού και τη διαπλοκή του με τη δημόσια σφαίρα. Η ανάλυση αυτή στοχεύει στην απόδοση απαντήσεων στα εξής ερωτήματα: Με ποιον τρόπο η ακτιβιστική τέχνη φέρει αποτέλεσμα κοινωνικής αλλαγής; Πώς αυτό επιδιώκεται από τις νέες μορφές αναπαραστάσεων; Τι έχει αλλάξει ως προς τις προτεραιότητες της διαμαρτυρίας;

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

1.1

Ο όρος ακτιβισμός, «Activisme»¹, σύμφωνα με το Γαλλικό λεξικό Larousse, περιγράφεται ως έντονες ενέργειες που προκύπτουν κατά τη δραστηριοποίηση ατόμων για πολιτικά και κοινωνικά ζητήματα. Είναι ένας αγώνας προς την εκπλήρωση κάποιου σκοπού και πραγματοποιείται, για παράδειγμα, με συγκεντρώσεις και κινητοποιήσεις. Η διαμαρτυρία αφορά δικαιώματα και ηθικές αξίες. Ο πολιτιστικός ακτιβισμός προσδιορίζεται από ίδιες ανάγκες και αξιακά κριτήρια, οι ενέργειες όμως προκύπτουν κατευθείαν από το καλλιτέχνη καθώς η τέχνη και το έργο του αποτελούν την ίδια δράση.

Για το αντικείμενο του πολιτιστικού ακτιβισμού έχει δοθεί πληθώρα ορισμών αναλόγως με το πεδίο έρευνας. Στο εξωτερικό κάποιοι από αυτούς είναι: activist art, culture jamming, guerilla art και protest art. Στην Ελλάδα συνηθίζεται η λέξη πολιτιστικός ακτιβισμός ή τέχνη της διαμαρτυρίας αλλά και ριζοσπαστική τέχνη. Επικρατεί επίσης ο όρος σημειολογικός ανταρτοπόλεμος σύμφωνα με τον Umberto Eco.¹

Η ακτιβιστική τέχνη προσδιορίζεται ως μια υβριδική μορφή που προέκυψε από την τέχνη, τον πολιτικό ακτιβισμό και την κοινοτική οργάνωση. Κατά την Nina Felsin, στο βιβλίο της *But Is It Art? The Spirit of Art as Activism*, η μορφή αυτή αναπτύχθηκε στα μέσα της δεκαετίας του 1970, επεκτάθηκε τη δεκαετία του 1980 και έγινε πλέον θεσμός τη δεκαετία του 1990. Η δραστηριοποίησή της συντελείται στο πλαίσιο του δημόσιου χώρου και δεν αφορά εκδηλώσεις και χώρους τέχνης. Οι πρακτικές αφορούν χρονικές παρεμβάσεις στη δημόσια σφαίρα με τη μορφή performance, εκθέσεις και εγκαταστάσεις, τεχνικές των μέσων μαζικής ενημέρωσης, όπως η χρήση διαφημιστικών πινακίδων, αφισών και διαφημίσεων σε υπόγειους δρόμους. Πρακτικές μετάδοσης ανατρεπτικών μηνυμάτων και πολλών αναταραχών ως προς τον κανόνα.²

Η τέχνη της διαμαρτυρίας “protest art” συνδυάζει τα καλλιτεχνικά έργα που παράγονται στη δημόσια σφαίρα ως μορφές πολιτικών και κοινωνικών μηνυμάτων.³

¹ Αντι-κουλτούρα: Η Ανάδυση Ενός Νέου Κοινωνικού Υποκειμένου μετά το 1980, επιμ. Παντελής Αραπίνης, Ιδιομορφή, Σπάρτη, (Ιανουάριος, 2012), σ. 102-111

² Felshin, Nina. *But Is It Art?: The Spirit of Art as Activism*. Seattle: Bay Press, (1995)

³ Καραθανάσης Παισανίας, «Τέχνη του Δρόμου: Graffiti, Τέχνη, Πολιτική Διεκδίκηση και Δρόμος», κατάλογος της έκθεσης "No Respect", Επιμέλεια Έκθεσης Μαριλένα Β. Καρρά, Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών, Ίδρυμα Ωνάση, 2014

1.2

Ιστορικά το φαινόμενο έχει τις ρίζες του στο 1960, σε γεγονότα παγκοσμίου επιπέδου, όπως η εξέγερση του Μάη του 1968 στο Παρίσι. Η τέχνη της διαμαρτυρίας αποτέλεσε σημαντική πολιτική διεκδίκηση για τη δημόσια σφαίρα και συνδέθηκε με πολιτικά και κοινωνικά κινήματα, όπως η Καταστασιακή Διεθνή (Situationist International).⁴ Οι καταστασιακοί υπήρξαν εμβληματική περίπτωση στη διεκδίκηση μιας επανάστασης με πρόσημο την τέχνη. Πίστευαν στην κοινωνική αναδιοργάνωση, όπου δεν θα υπηρετούσε η τέχνη την επανάσταση αλλά η επανάσταση θα ήταν το τελευταίο κίνημα στην τέχνη. Επιπλέον, επινόησαν τον όρο *détournement*, ο οποίος σημαίνει εκτροπή που αποτελούσε ανατρεπτικό εργαλείο για την επικοινωνία στο δρόμο.⁵ Δε θεωρούσαν τις δημιουργίες τους έργα τέχνης, εντούτοις τις αποκαλούσαν *détournements* ή κριτικά αντικείμενα. Η έννοια «*détournement*» ορίζει την επανάχρηση προ υπαρχόντων καλλιτεχνικών στοιχείων σε ένα νέο σύνολο. Αυτές οι επαναχρήσεις περιλάμβαναν βιβλία κολλάζ, πίνακες, ταινίες, γκράφιτι κ.α.⁶

Ο πολιτιστικός ακτιβισμός συγκροτήθηκε από διάφορες μορφές καλλιτεχνικής διαμαρτυρίας αποσκοπώντας στην ανάκτηση του δημοσίου χώρου. Από το 1960 και έπειτα, το κίνημα των πολιτικών δικαιωμάτων, ο πόλεμος στο Βιετνάμ, η ξαφνική ανάδυση της αντικουλτούρας γέννησαν την αμφισβήτηση της εξουσίας και των αξιών της. Απόρροια αυτής της αμφισβήτησης ήταν κινήματα κατά του πολέμου, της ελευθερίας του λόγου και του περιβάλλοντος, αλλά και κινήματα που μάχονταν για σεξουαλική, φυλετική και εθνική απελευθέρωση. Αυτός ο ακτιβισμός έλαβε τη μορφή δημιουργικών διαμαρτυριών, *guerrilla theater* (θέατρο των ανταρτών), περφόρμανς, και μη εξουσιοδοτημένες καλλιτεχνικές παρεμβάσεις σε ιδρύματα και στον δημόσιο χώρο αλλά και εκδηλώσεις των μέσων ενημέρωσης στον αστικό χώρο, τον δρόμο.

Πρακτικές της ακτιβιστικής τέχνης που ήρθαν στο προσκήνιο τη δεκαετία του 1960 με αρχές του 1970 αφορούσαν στη φεμινιστική τέχνη και τη τέχνη της περφόρμανς (παραστατική τέχνη). Η περφόρμανς υιοθετήθηκε από πολλούς καλλιτέχνες καθώς η συμμετοχική δραστηριότητα που παρουσίαζε με το κοινό προσέλκυε τα μέσα ενημέρωσης.

Κατά τη δεκαετία του 1980 με 1990 άρχισε να κυριαρχεί το πολιτικό θέμα στον πολιτιστικό ακτιβισμό. Προέκυψαν θέματα όπως το περιβάλλον, η έλλειψη στέγης και ο εξευγενισμός καθώς και πολιτικές ταυτότητας, φυλετικής, εθνικής και σεξουαλικής ειδικά και με την κρίση του AIDS τη δεκαετία του 1980.⁷

Κατά τη δεκαετία του 1990 προέκυψε διερεύνηση του πολιτιστικού ακτιβισμού, γύρω από την παγκοσμιοποίηση και τη κουλτούρα του καταναλωτισμού. Η Naomi Klein, δημοσιογράφος και ακτιβίστρια, στο βιβλίο της *No Logo*, ανέφερε ένα πεδίο πολιτισμικής αντίδρασης γύρω από τα εταιρικά ονόματα (*brands*) και το μάρκετινγκ

⁴ Καραθανάσης Πανσανίας, «Τέχνη του Δρόμου: Graffiti, Τέχνη, Πολιτική Διεκδίκηση και Δρόμος», κατάλογος της έκθεσης "No Respect", Επιμέλεια Έκθεσης Μαριλένα Β. Καρρά, Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών, Ίδρυμα Ωνάση, 2014

⁵ Jan Lloyd, *Culture Jamming: Semiotic Banditry in the Streets*, (May 2014)

⁶ Trier James, *Guy Debord, the Situationist International, and the Revolutionary Spirit*, Brill Sense, 2019 (σ.14)

⁷ Felshin, Nina. *But Is It Art?: The Spirit of Art as Activism*. Seattle: Bay Press, 1995

των εταιρειών. Η δραστηριοποίηση αυτή είχε στόχο την εξάλειψη των πολυεθνικών και της απήχησης που είχαν πάνω στις κυβερνήσεις. Σύμφωνα με την Klein ο πολιτιστικός ακτιβισμός σχημάτιζε δημιουργικές μορφές αντίδρασης που υπερέβαιναν την κλασσική μορφή των διαδηλώσεων. Στο βιβλίο της παρουσιάζονται διάφορες περιπτώσεις ακτιβιστών που ασχολήθηκαν με την αντι-διαφήμιση, το culture jamming και άλλους τρόπους προσβολής της κυριαρχίας των μέσων.⁸

1.3

Κάποιες από τις μορφές που σχημάτισε ο πολιτιστικός ακτιβισμός περιλάμβαναν αρχικά εναντίωση στην ανάδυση της διαφήμισης και του καταναλωτισμού. Πρακτική που εξυπηρετούσε το σκοπό αυτό ήταν το Culture Jamming λαμβάνοντας μορφή αντιδιαφήμισης (subvertising) και η λεγόμενη πειρατεία γιγαντοαφισών (billboard bandity). Δράσεις στηριζόμενες στη τεχνική του détournement. Όσον αφορά τη πειρατεία της γιγαντοαφίσας, που αποτελούσε πρακτική μετατροπής αφισών με βαφή, γκραφίτι και ανατρεπτικά λογοπαίγνια, στόχος ήταν η αποστασιοποίηση του καταναλωτή από το αρχικό μήνυμα τη διαφήμισης.⁹

Αντίστοιχα, το culture jamming αποτελεί πρακτική που χρησιμοποιείται από διάφορα κοινωνικά κινήματα για την τροποποίηση μηνυμάτων διαφήμισης και μέσων μαζικής ενημέρωσης ώστε να ανατραπεί το νόημά τους. Αρχικά αποδόθηκε στο συγκρότημα Negativland το 1984 ως πρακτική διακοπής ραδιοφωνικών εκπομπών. Οι παρεμβάσεις των culture jammers στόχευαν στην αποκρυπτογράφηση του μηνύματος ώστε να καταστήσουν αδύνατη την παραπλάνηση των καταναλωτών.¹⁰

Με αυτές τις πρακτικές, δραστηριοποιήθηκαν πολλές ομάδες του κινήματος της αντιπαγκοσμιοποίησης. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτέλεσαν το περιοδικό των Καναδών γραφιστών, Adbusters, που ενεργούσε με μεθόδους εκτροπής του νοήματος ή της εικόνας, αλλά και η φεμινιστική ομάδα Guerilla Girls με χρήση λογοπαιγνίου σε πανό και αφίσες.

Η επιλογή αυτών των ομάδων οφείλεται στην εξοικείωσή τους με δραστηριότητες γύρω από τα μέσα και την παγκοσμιοποίηση, που διαδέχονται και τις σύγχρονες ομάδες ακτιβιστών που θα αναλυθούν παρακάτω.

Η Nina Felshin, στο βιβλίο της αναφέρει πως η πρόθεση των ακτιβιστών δεν είναι η καλλιτεχνική καινοτομία, αλλά η κοινωνική αλλαγή. Δεν στοχεύουν στο να συμπεριλάβουν περισσότερο κοινωνικά και πολιτικά ζητήματα στο χώρο της τέχνης, αλλά στη δημιουργία μιας δράσης που, ενσωματώνοντας όλα αυτά τα στοιχεία, θα οδηγήσει στην μεταβολή της συζήτησης και μετέπειτα στην κοινωνική αλλαγή.¹¹

⁸ Ανδριωτάκης, Μανώλης, Πολιτισμικός Ακτιβισμός, Εκδόσεις Futura, Αθήνα, 2003

⁹ Dery, Mark. «Ανταρτοπόλεμος στην Αυτοκρατορία των Σημείων», Futura 6, (1999), σ. 150-173

¹⁰ Dery, Mark, Culture Jamming: Hacking, Slashing, and Sniping in the Empire of the Signs, Westfield, NJ: Open Magazine Pamphlet Series, (1993)

¹¹ Αντι-κουλτούρα: Η Ανάδυση Ενός Νέου Κοινωνικού Υποκειμένου μετά το 1980, επιμ. Παντελής Αραπίνης, Ιδιομορφή, Σπάρτη, (Ιανουάριος, 2012), σ. 102-111

1.4 ADBUSTERS

Μια από τις ομάδες που ξεκίνησαν ακτιβιστική δράση αντιδρώντας στο κίνημα της παγκοσμιοποίησης ήταν το καναδικό περιοδικό Adbusters.¹² Ιδρύθηκαν το 1989 και συνεχίζουν τη δράση τους ως σήμερα. Αποτελούν, όπως δηλώνουν, μια παγκόσμια συλλογικότητα συγγραφέων, καλλιτεχνών, σχεδιαστών, μουσικών, ποιητών, φιλοσόφων και πάνκιδων (punks). Σαν μέσο ενημέρωσης προσπαθεί να δημιουργήσει ένα περιβάλλον αλήθειας για τους αναγνώστες.¹² Ξεκαθαρίζοντας με αυτό το τρόπο την επιρροή του καπιταλιστικού μοντέλου διαφήμισης προς τη κοινωνία.

Ξεκίνησαν χρησιμοποιώντας για αντίστροφο μάρκετινγκ, τα εμπορικά στοιχεία των εταιριών, τα λογότυπα και τα συνθήματα των διαφημίσεων, μετατρέποντας τη διαφήμιση σε εναλλακτικό μήνυμα. Το Adbusters Media Foundation προσέφερε εκστρατείες για την αντίσταση στην εταιρική κυριαρχία, προσπαθώντας να ενημερώσει τη νέα γενιά πως μεγάλωνε σε ένα καταναλωτικό περιβάλλον, το οποίο υποδείκνυε τον τρόπο ζωής και αντίληψης της. Κάποιες από τις παρεμβάσεις τους στοχοποιούσαν τα brand εταιρειών κολοσσών, όπως για παράδειγμα η Nike και η McDonalds. Εκτός από τα προαναφερθέντα, είναι επίσης γνωστοί για την ίδρυση της "Buy Nothing Day", «Ημέρα μηδενικών αγορών», για την αντίσταση στην εμπορευματοποίηση και τον καταναλωτισμό, στην οποία έχουν συμμετάσχει άτομα πάνω από 20 χώρες. Μια από τις εκστρατείες τους ήταν και η ανάθεση σε μαθητές γυμνασίου να δημιουργήσουν μια αντι-διαφήμιση, χρησιμοποιώντας λογότυπα ή σλόγκαν, με στόχο να επικεντρωθούν σε ζητήματα που τους απασχολούν.¹³

Η πρώτη "Buy Nothing Day" πραγματοποιήθηκε στις 24 Σεπτεμβρίου του 1992. Το γεγονός αυτό έδωσε το έναυσμα για τη δημιουργία της διεθνούς ημέρας της απλής ζωής, που από τότε πραγματοποιείται την τελευταία Παρασκευή (ή Σάββατο) του Νοεμβρίου. Έχει λάβει μάλιστα ονομασία σε κάθε χώρα που πραγματοποιείται. Για παράδειγμα, "No Shop Day" στο Ηνωμένο Βασίλειο, Kauf Nix Tag στην Αυστρία, Niet-Winkeldag'm στις Κάτω Χώρες κ.α.¹⁴

¹² <https://www.adbusters.org/>

¹³ Kuan Chung S, Kirby M, Media Literacy Art Education: Logos, Culture, Jamming, and Activism, Art Education, Vol. 62, No. 1 (Jan., 2009), pp. 34-39

¹⁴ Kalle Lasn, Culture Jam: The Uncooling of America, Eagle Brook, (1999)

Οι Adbusters εμπλέκουν τους θεατές συναισθηματικά μετατρέποντας γνωστές εικόνες του καταναλωτή σε σοκαριστικό περιεχόμενο. Τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η παρέμβαση σε διαφημιστική καμπάνια της Nike από τη δεκαετία του 1990 με σλόγκαν "Why do I run?" (Γιατί τρέχω;), όπου η εταιρεία παρουσίαζε συνήθως εμπνευσμένους για το τρέξιμο δρομείς. Η παραποιημένη εικόνα περιλάμβανε μια εργάτρια ινδονησιακού εργοστασίου της Nike, να τρέχει ξυπόλητη για να ξεφύγει από το εργασιακό περιβάλλον, από όπου απολάμβανε μόνο ένα κλάσμα της τιμής που τα παπούτσια πωλούνται. Στη συγκεκριμένη διαφήμιση ανατρέπεται το αρχικό πρωτότυπο μήνυμα, εκθέτοντας την εργασιακή πολιτική και τις σκληρές συνθήκες εργασίας της Nike factories. Η απεικόνιση αυτή, είχε ως στόχο να βοηθήσει τους αναγνώστες να επανεξετάσουν πόσο ενδιαφέρον και δημοφιλές είναι να φοράνε Nike και να υποστηρίξουν τη συγκεκριμένη πολυεθνική εταιρεία.



Εικόνα 1. Nike Subvertisement
Από: www.adbusters.org



Εικόνα 2. Buy Nothing Day – 1993
Από: Kalle Lasn, *Culture Jam: The Uncooling of America*, 1999



Εικόνα 3. Buy Nothing Day – σύγχρονη αντι-διαφήμιση
Από: www.adbusters.org

Ο Kalle Lasn, εκδότης του περιοδικού Adbusters και ακτιβιστής, υποστήριζε πως με την άνοδο των μέσων ενημέρωσης που ελέγχουν την πρόσβαση στην πληροφορία, μειωνόταν το πεδίο του δημοσίου λόγου ειδικά και με τον αποκλεισμό από τα μέσα ενημέρωσης για αμφισβήτηση των εταιρειών.¹⁵ Το 1999 εξέδωσε ένα βιβλίο για το Culture Jamming στο οποίο πραγματευόταν την επανάσταση ενάντια στον καταναλωτισμό, την επιρροή των εταιρειών και τη μόλυνση των μέσων ενημέρωσης και της ανθρώπινης αντίληψης. Το βιβλίο ήταν αφιερωμένο σε μια προσπάθεια demarketingⁱⁱⁱ κατά την οποία ο Lasn, ωθούσε τους αναγνώστες να οραματιστούν ένα υγιές, μη εμπορικό μέλλον.¹⁶

Το έργο των Adbusters οικειοποιείται την έννοια του *detournement*, της ανατροπής με σκοπό να αποκαλύψει τις συνδέσεις μεταξύ των ατομικών πράξεων και των παγκόσμιων κοινωνικών, οικονομικών και περιβαλλοντικών ζητημάτων. Μέσω των δράσεων τους αναδείκνυν την επίδραση της καταναλωτικής κουλτούρας και της διαφήμισης στη κοινωνία.¹⁷

¹⁵ Jan Lloyd, *Culture Jamming: Semiotic Banditry in the Streets*, (May 2014)

¹⁶ Kalle Lasn, *Culture Jam: The Uncooling of America*, Eagle Brook, (1999)

Culture Jammer's Manifesto

We will take on the
archetypal mind polluters
and beat them at their
own game.

We will uncool their
billion-dollar brands
with uncommercials
on TV, subvertisements
in magazines and anti-ads
right next to theirs in
the urban landscape.

We will seize control of
the roles and functions
that corporations play
in our lives and set new
agendas in their industries.

We will jam the pop-culture
marketeers and bring their
image factory to a sudden,
shuddering halt.

On the rubble of the old
culture, we will build a new
one with a non-commercial
heart and soul.

*Εικόνα 4. Culture Jammer's manifesto : Από Kalle Lasn,
Culture Jam: The Uncooling of America, 1999*

1.5 GUERRILLA GIRLS

Αντίστοιχη δράση, οικειοποιούμενη πρακτικές της διαφήμισης είχε μια φεμινιστική ομάδα οι Guerilla Girls. Ξεκίνησαν το 1985, με πρακτικές σάτιρας και περφόρμανς στο δρόμο. Αφετηρία της δραστηριότητάς τους αποτέλεσε η περιοχή του Σόχο και της Νέας Υόρκης, όπου ζούσαν και εξέθεταν διάφοροι καλλιτέχνες. Το έργο τους αφορούσε κυρίως διακρίσεις λόγω φύλου στο χώρο της τέχνης. Οι Guerilla Girls, με τις παρεμβάσεις τους κατέκριναν γκαλερί τέχνης και κριτικούς για την αντιμετώπισή τους απέναντι στις γυναίκες καλλιτέχνες. Επιπλέον, αυτοπροσδιορίζονταν ως η συνείδηση του κόσμου της τέχνης και αποκαλούσαν τις δραστηριότητές τους ως μηνύματα δημόσιας υπηρεσίας.¹⁸ Τέλος, χρησιμοποιούσαν ψευδώνυμα αποθανουσών γυναικών καλλιτεχνών. Για παράδειγμα δύο από τα μέλη είχαν τα ονόματα Frida Kahlo και Romaine Brooks (Μεξικανή και Αμερικανίδα ζωγράφος αντίστοιχα).

Το όνομα της ομάδας αρχικά ήταν «Gorilla Girls», για αυτό το λόγο φορούσαν και μάσκες γοριλών ώστε να διατηρούν την ανωνυμία τους, όμως κράτησαν την ανορθόγραφη εκδοχή “guerilla” που στην κυριολεξία σημαίνει «αντάρτης».

Η ομάδα απέβλεπε μεταξύ άλλων στην απομάκρυνση ισχυρών ανδρών από θέσεις εξουσίας και στην προώθηση και έπειτα τοποθέτηση γυναικών σε αυτές. Αυτό διακρίνεται έντονα στα έργα των Guerilla Girls καθώς υπογράμμιζαν συνεχώς σε αυτά τη προνομιακή θέση των ανδρών στον συγκεκριμένο χώρο.¹⁹

Οι δράσεις τους ήταν οπτικό θέαμα, που περιλάμβανε διάφορα μέσα (βίντεο, αφίσες, αντι-διαφημίσεις) αλλά και ομιλίες σε εκθέσεις. Τα σλόγκαν τους ήταν σατιρικά και εμπειρείχαν ποικιλία χρωμάτων για να τραβούν την προσοχή. Η πρώτη τους δράση έγινε στο MoMa – Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης στη Νέα Υόρκη το 1984, όταν σε μια έκθεση από τα 167 εκθέματα μόνο τα 17 ήταν από γυναίκες καλλιτέχνες και μάλιστα καμία δεν ήταν έγχρωμη. Η ενέργεια αυτή αποτελούταν από μια αφίσα, αναπροσαρμογή του γνωστού πίνακα “La Grande Odalisque” και έφερε το σλόγκαν “Do women have to be naked to get into Met. Museum?” («Πρέπει οι γυναίκες να είναι γυμνές για να μπουν στο Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης;»). Ήταν αποτέλεσμα έρευνας που υποδείκνυε πως στο Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης στην Νέα Υόρκη το ποσοστό των γυναικών καλλιτεχνών ήταν 4% του συνόλου, ενώ τα εκθέματα με γυνά γυναικεία μοντέλα κάλυπταν το 76%.²⁰

Η ομάδα έγινε πασίγνωστη στον κόσμο της τέχνης από αυτές τις αφίσες δρόμου. Οι πρώτες αφίσες ήταν έντονες με μαύρα γράμματα σε λευκό φόντο που έφεραν ονόματα και στατιστικά στοιχεία, προς ενημέρωση των περαστικών, του απλού κόσμου. Η αφισοκόλληση γινόταν τη νύχτα από την ίδια την ομάδα. Είχαν μάλιστα στρατηγική τοποθέτηση ώστε να καλύπτουν το SoHo και το East Village, όπου υπήρχε μεγαλύτερη κινητικότητα και πολλές γκαλερί.

¹⁸ Withers Josephine, *The Guerrilla Girls*, Feminist Studies, Inc. Vol. 14, No. 2 (Summer, 1988), pp. 284-300

¹⁹ Felshin, Nina. *But Is It Art?: The Spirit of Art as Activism*. Seattle: Bay Press, 1995 (p.309-310)

²⁰ Sarah Babu Paul, *Art Against Art: Looking at Selected Posters of Guerilla Girls in their Resistance Against Sexual Politics*, Navajyoti, International Journal of Multi-Disciplinary Research



Εικόνα 5. *Do Women Have To Be Naked To Get Into The Met. Museum?* (1989) - Guerrilla Girls

Από: <https://www.guerrillagirls.com/>

Οι αφίσες αποτελούσαν μορφή κριτικής για το χώρο της τέχνης και κατάφεραν να δημιουργήσουν ακόμη και λίστες με ονόματα κριτικών που δεν έγραφαν αρκετά για τις γυναίκες ή τις προκατειλημμένες προς τις γυναίκες γκαλερί.

Το 1985 η αφίσα που προκάλεσε μεγαλύτερη αναστάτωση, ανέφερε στοιχεία για τη συμμετοχή γυναικών στα μουσεία τέχνης. Είχε τον τίτλο “How Many Women Artists Had One-Person Exhibitions In NYC Art Museums Last Year?” («Πόσες γυναίκες είχαν μονοπρόσωπες εκθέσεις σε μουσεία της Νέας Υόρκης πέρυσι;») και παρέθετε στοιχεία των μουσείων Guggenheim, Metropolitan και Whitney που δεν είχαν καμία και το Modern που είχε φιλοξενήσει μόλις μια.²¹

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990, επεκτάθηκαν σε θέματα εκτός τέχνης, όπως η άμβλωση, ο βιασμός, η εκπαίδευση ή το περιβάλλον. Μεταφέρθηκαν στην performance και την παραγωγή βιβλίων και έτσι η παραγωγή αφισών μειώθηκε. Η αμφίεσή τους, τους έδωσε μεγάλη αναγνωσιμότητα. Εμφανίζονταν σε μεγάλα τηλεοπτικά δίκτυα και ραδιοφωνικές εκπομπές μιλώντας για τις δράσεις τους. Μια από τις ακτιβίστριες, η Frida Kahlo ανέφερε πως «Επαναπροσδιορίσαμε εντελώς τη δεκαετία», αναφερομένη στις αφίσες της δεκαετίας του 1980 που αποτέλεσαν ανατρεπτικό μάθημα ιστορίας της τέχνης.

Παρότι δεν εκπροσωπήθηκαν ποτέ από έμπορο, οι αφίσες τους έχουν εκτεθεί στο Μουσείο Αμερικανικής Τέχνης Whitney, στο Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Aldrich, στο Studio Museum και σε διάφορες πανεπιστημιακές γκαλερί. Στο Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης, όμως, το έργο των Guerrilla Girls εξαιρέθηκε από μια ευρεία έκθεση της Deborah Wye, το *Committed to Print* (1988), η οποία αφορούσε σε ακτιβιστικά έργα σε χαρτί, καθώς σύμφωνα με την Kahlo, οι αφίσες τους δεν αποτελούσαν το έργο της τέχνης αλλά «πολιτική».²²

²¹ Felshin, Nina. *But Is It Art?: The Spirit of Art as Activism*. Seattle: Bay Press, 1995 (p.314-316)

²² Felshin, Nina. *But Is It Art?: The Spirit of Art as Activism*. Seattle: Bay Press, 1995 (p.324-328)

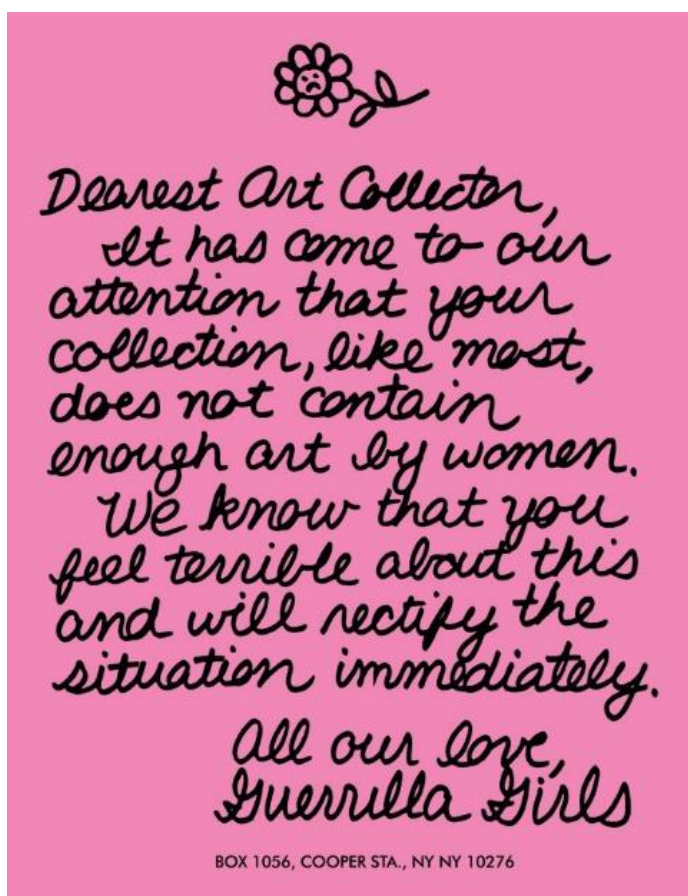
HOW MANY WOMEN HAD ONE-PERSON EXHIBITIONS AT NYC MUSEUMS LAST YEAR?

Guggenheim	0
Metropolitan	0
Modern	1
Whitney	0

SOURCE: ART IN AMERICA ANNUAL 1984-5

GUERRILLA GIRLS
CONSCIENCE OF THE ART WORLD

Εικόνα 6. HOW MANY WOMEN HAD ONE-PERSON EXHIBITIONS
AT NYC MUSEUMS LAST YEAR? - Guerrilla Girls, 1985
Από: <https://www.guerrillagirls.com>



Εικόνα 7. DEAREST ART COLLECTOR - Guerrilla Girls, 1985
Από: <https://www.guerrillagirls.com>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ II

2.1

Όπως προαναφέρθηκε, στα πρωταρχικά στάδια εμφάνισης της ακτιβιστικής τέχνης, η καλλιτεχνική διαμαρτυρία διενεργούσε γύρω από τα μέσα ενημέρωσης, τη διαφήμιση, την παγκοσμιοποίηση και τις καταναλωτικές συνήθειες. Με την εμφάνιση της έντονης περιβαλλοντικής κρίσης στη σύγχρονη κοινωνία, πολλοί ακτιβιστές έχουν στραφεί προς τα οικολογικά ζητήματα, γεγονός που συνεπάγεται την αισθητή εμφάνιση εταιρικών χορηγιών σε δημόσια πολιτιστικά ιδρύματα.

Περίπου από το 2004 ως το 2013 λειτούργησε ο συνασπισμός, “Art Not Oil Coalition”,²³ οι ομάδες μέλη του οποίου προσέγγιζαν το ηθικό ζήτημα της χορηγίας πετρελαίου στη τέχνη και τον πολιτισμό.²⁴ Όλο αυτό εκτυλίσσεται και στο περιβάλλον της ψηφιακής επανάστασης. Η παγκοσμιοποιημένη τεχνολογία και οι επιπτώσεις στο περιβάλλον που κάνουν το μέλλον για τον πλανήτη δυσοίωνο προωθούν όλο και περισσότερο την ανάγκη για πρακτικές που θα ασκούν πιέσεις σε πραγματικό ή συμβολικό επίπεδο προς αυτή την κατεύθυνση. Παρ’όλα αυτά η ανάπτυξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης υποβοήθησε και τον ακτιβισμό, εφόσον μέσω αυτών όλα διαδίδονται ταχύτερα και σε μεγαλύτερο βαθμό.

Οι ομάδες αυτές δρουν υπό το πρόσχημα “ART NOT OIL” με μη αδειοδοτημένες παρεμβάσεις σε δημόσια πολιτιστικά ιδρύματα. Μέλη του συνασπισμού Art Not Oil Coalition είναι ομάδες όπως η Liberate Tate και η The Reclaim Shakespeare Company.

2.2 LIBERATE TATE

Μια από τις ομάδες που ασχολήθηκαν με τον περιβαλλοντικό ακτιβισμό ήταν η Liberate Tate. Το 2010 η Tate Modern προσκαλεί ένα διήμερο εργαστήριο με θέμα τον καλλιτεχνικό ακτιβισμό, από τον John Jordan και το Laboratory of Insurrectionary Imagination. Το εργαστήριο θα πραγματευόταν «την προσέγγιση πολιτικών ζητημάτων εντός ενός χρηματοδοτούμενου ιδρύματος», όμως η Tate ενημέρωσε τον Jordan πως ενθαρρύνει κάθε συζήτηση σχετική με τον ακτιβισμό και την τέχνη, όχι όμως οποιοδήποτε ακτιβισμό που αντιτίθεται στην ίδια και τις χορηγίες της.²⁵ Σε μια από τις ημέρες του εργαστηρίου με τίτλο “The Disobedience Makes History”²⁶, έγινε αναφορά στην BP, μεγάλο χρηματοδότη της Tate. Έτσι, ορισμένοι από τους συμμετέχοντες αποφάσισαν να κάνουν μια παρέμβαση για ζητήματα λογοκρισίας προς τους χορηγούς. Η παρέμβαση με το σύνθημα “ART NOT OIL” γράφτηκε στα παράθυρα του

²³ <https://www.artnotoil.org.uk/about-us>

²⁴ Mahony E, Opening Spaces of Resistance in the Corporatized Cultural Institution: Liberate Tate and the Art Not Oil Coalition, *Museum and Society*, (2017), 15(2)

²⁵ Memou, A. 2018. Art, Activism and the Tate. *Third Text*. 31 (5-6), pp. 619-631

²⁶ «Η ανυπακοή γράφει ιστορία»

τελευταίου ορόφου του μουσείου και τότε ιδρύθηκε η Liberate Tate.²⁷ Η ομάδα πραγματοποίησε τα επόμενα έξι έτη ενεργής λειτουργίας δεκαεπτά παρεμβάσεις εν συνόλω.



Εικόνα 8. The message to the Tate, from the inside, 2010

Από: The Laboratory of Insurrectionary Imagination), Tate Modern, London

Συστάθηκε από τους Mel Evans, Hannah Davey, Richard Houguez και Hayley Newman, αλλά συμπληρώνεται και από άλλα άτομα όταν πραγματοποιεί κάποια παρέμβαση. Στόχος τους ήταν η άμεση απελευθέρωση της τέχνης από την βιομηχανία πετρελαίου και κατ' επέκταση η αποδέσμευση της Tate από τη χορηγία της BP. Δραστηριοποιούνταν στον χώρο της Tate με ζωντανές καλλιτεχνικές παρεμβάσεις οι οποίες είχαν ως επίκεντρο τη πετρελαϊκή δραστηριότητα και τις επιπτώσεις των πολυεθνικών παγκοσμίως. Στις παρεμβάσεις τους στόχευαν, να ευαισθητοποιήσουν τη κοινή γνώμη για την επιρροή που ασκούν οι εταιρείες καυσίμων, όπως η BP, σε κρατικά πολιτιστικά ιδρύματα.²⁸

Δράση που ακολούθησε τον Ιούνιο του 2010, έγινε στο πλαίσιο του εορτασμού της Tate για τα 20 χρόνια χορηγίας της BP και ήταν το License to Spill. Την ίδια περίοδο, κυκλοφορούσε στα μέσα ενημέρωσης η είδηση για την πετρελαιοκηλίδα της BP που προκλήθηκε από έκρηξη στον κόλπο του Μεξικού. Η δράση που έγινε στο πάρτι του εορτασμού, πλαισίωνε ακριβώς αυτό το περιστατικό. Η ομάδα έριξε μελάσα, ως παραλληλισμό με το πετρέλαιο, στο πάτωμα και την είσοδο της γκαλερί, αναφέροντας πως η ζημιά ήταν πολύ μικρή σε σχέση με την έκταση της γκαλερί, ειρωνευόμενη τη δήλωση που είχε κάνει για την πετρελαιοκηλίδα ο Tony Hayward, διευθύνων

²⁷ <http://www.artmonthly.co.uk/magazine/site/article/on-refusing-to-pretend-to-do-politics-in-a-museum-by-john-jordan-2010>

²⁸ Mahony E, Locating Simon Critchley's 'interstitial distance' in the practices of The Free Art Collective and Liberate Tate, *Art & the Public Sphere*, (2015), 3(1)

σύμβουλος της BP, πως η καταστροφή που προήλθε ήταν πολύ μικρή σε σχέση με τον μεγάλο ωκεανό.²⁹

Η ομάδα συχνά εστίαζε σε μορφές ζωντανών παρεμβάσεων. Το 2011 έστησε ένα έργο τέχνης στην έκθεση της Tate, *Single Form: The Body in Sculpture from Rodin to Hepworth*, που πραγματευόταν το ανθρώπινο σώμα. Το έργο λεγόταν “Human Cost” και διαδραματίστηκε κατά την πρώτη επέτειο της έκρηξης του Deepwater Horizon που είχε προκαλέσει την πετρελαιοκηλίδα στο Μεξικό. Στην παρέμβαση αυτή το έργο ήταν μια ζωντανή ανδρική μορφή που βρισκόταν γυμνή στο πάτωμα και σε εμβρυακή στάση, ενώ μέλη της ομάδας έριχναν από πάνω μια ουσία όμοια με πετρέλαιο από δοχεία που είχαν επάνω το λογότυπο της BP.³⁰ Η παρέμβαση θεωρήθηκε από πολλούς θεατές μέρος της έκθεσης προτού επενέβη το προσωπικό της Tate και την σταματήσει.³¹

Τον Ιούλιο του 2012 η ομάδα έφερε στην αίθουσα Turbine Hall της Tate, ένα έργο με τίτλο “The Gift” ως δώρο, το οποίο όμως είχε κάποιες νομικές επιπτώσεις. Το “The Gift” ήταν ένα πτερύγιο ανεμογεννήτριας ενάμισι τόνου και δεκαεξίμισι μέτρων και αποτελούσε μια ακόμη παράσταση της Liberate Tate που ξεκίνησε κουβαλώντας το πτερύγιο από τον καθεδρικό ναό του Αγίου Παύλου ως την αίθουσα Turbine Hall. Το έργο συνόδευε κείμενο στο οποίο η ομάδα ζητούσε από την Tate να δεχτεί την παρέμβαση ως δωρεά στην μόνιμη συλλογή. Σύμφωνα λοιπόν με τον νόμο περί μουσείων και γκαλερί (άρθρο 7, 1992), η Tate ήταν υποχρεωμένη να εξετάσει το αίτημά της και για την αποδοχή ή την άρνησή της ήταν απαραίτητο να περάσει από το διοικητικό συμβούλιο.³² Η ομάδα εξηγούσε στο κείμενο του έργου πως αυτό αποτελούσε «εικόνα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας» και εξέφραζε την επιθυμία της να σταματήσει η Tate τη χορηγία της BP. Παρόλα αυτά, η Tate δεν δέχτηκε το “The Gift” και συνέχισε να λαμβάνει τη χορηγία. Η ακτιβιστική ομάδα όμως συνέχισε τις καλλιτεχνικές της παρεμβάσεις ως και έξι χρόνια μετά, μέχρι που η Tate ανακοίνωσε την διάλυσή της.³³

Η δράση της Liberate Tate είχε κοινά ερείσματα διαμαρτυρίας και με άλλες ακτιβιστικές ομάδες που ακολουθήσαν παρόμοια δραστηριότητα. Όλες οι ομάδες αποσκοπούσαν στην αποστασιοποίηση των δημόσιων πολιτιστικών ιδρυμάτων από χορηγίες εταιρειών καυσίμου. Μια από τις ομάδες που ξεκίνησε τη δράση της μετά την Liberate Tate ήταν η The Reclaim Shakespeare Company.³⁴

²⁹ Memou, A. 2018. Art, Activism and the Tate. *Third Text*. 31 (5-6), pp. 619-631

³⁰ Mahony E, Locating Simon Critchley’s ‘interstitial distance’ in the practices of The Free Art Collective and Liberate Tate, *Art & the Public Sphere*, (2015), 3(1)

³¹ Mahony E, Opening Spaces of Resistance in the Corporatized Cultural Institution: Liberate Tate and the Art Not Oil Coalition, *Museum and Society*, (2017), 15(2)

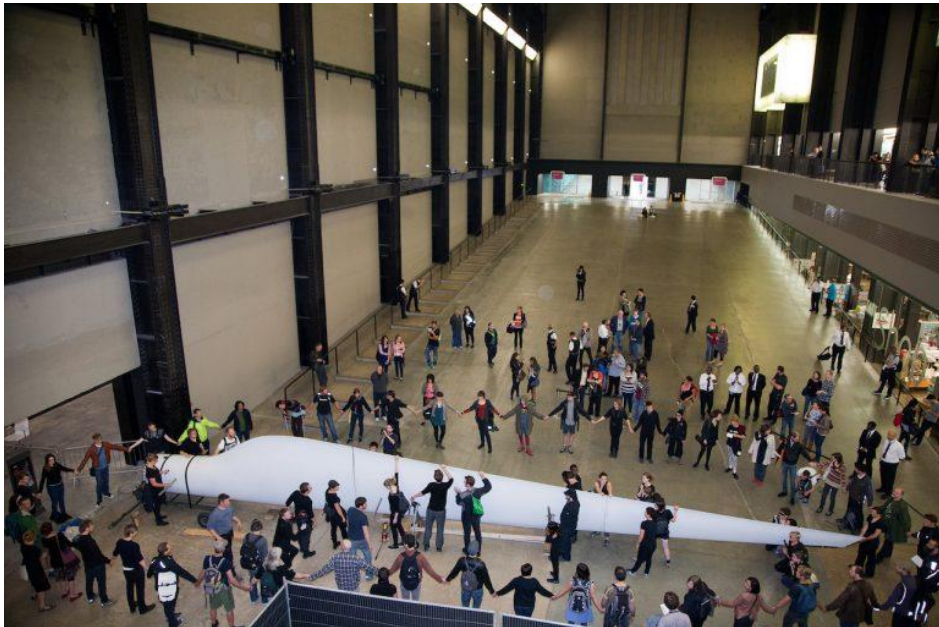
³² Mahony E, Locating Simon Critchley’s ‘interstitial distance’ in the practices of The Free Art Collective and Liberate Tate, *Art & the Public Sphere*, (2015), 3(1)

³³ Memou, A. 2018. Art, Activism and the Tate. *Third Text*. 31 (5-6), pp. 619-631

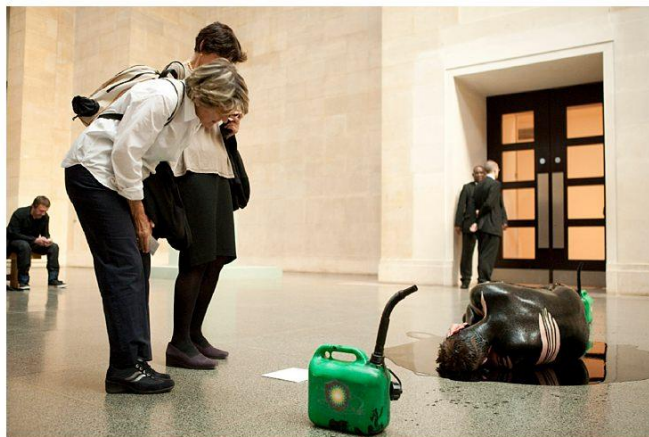
³⁴ Mahony E, Opening Spaces of Resistance in the Corporatized Cultural Institution: Liberate Tate and the Art Not Oil Coalition, *Museum and Society*, (2017), 15(2)



Εικόνα 9. Liberate Tate, “License to Spill”, 2010
Φωτογραφία του Immo Klink



Εικόνα 10. Liberate Tate, “The Gift”, 2012
Φωτογραφία του Martin LeSanto-Smith



Εικόνα 11. “Human Cost”, 2011
Φωτογραφία της Amy Scaife

2.3 The Reclaim Shakespeare Company / BP or Not BP?

Η ομάδα ιδρύθηκε το 2012 στο Βασιλικό Φεστιβάλ Σαίξπηρ (Royal Shakespeare Festival), κατά τη διάρκεια θεατρικής παρέμβασης στην παράσταση “The Tempest” (Η Τρικυμία), του William Shakespeare.³⁵

Η Reclaim Shakespeare Company που πλέον ονομάζεται BP or Not BP?, είναι μια θεατρική ομάδα που δραστηριοποιείται ενάντια στις χορηγίες ορυκτών καυσίμων στην τέχνη και τον πολιτισμό στο Ηνωμένο Βασίλειο. Στο ξεκίνημά τους είχαν ως κύριο στόχο την αντίρρηση στη χορηγία της BP στο Βασιλικό Φεστιβάλ Σαίξπηρ (Royal Shakespeare Company - RSC). Αργότερα, όμως, επεκτάθηκαν για να συμπεριλάβουν και άλλα πολιτιστικά ιδρύματα, όπως το Βρετανικό Μουσείο, η National Gallery και το Διεθνές Φεστιβάλ του Εδιμβούργου.³⁶ Στο μανιφέστο τους αναφέρουν πως σκόπευαν να επηρεάσουν ιδρύματα, όπως το Βρετανικό Μουσείο, ώστε να εγκαταλείψουν τέτοιου τύπου χορηγίες που υποβαθμίζουν το περιβάλλον και παραβιάζουν τα ανθρώπινα δικαιώματα.³⁷

Στην πρώτη θεατρική παρέμβαση τον Απρίλιο του 2012 στο Βασιλικό φεστιβάλ, μια ομάδα ηθοποιών ανέβηκε στη σκηνή λίγο πριν το ξεκίνημα της παράστασης «Η Τρικυμία». Οι ηθοποιοί προχώρησαν στη παρουσίαση μια παράστασης βασισμένη στη Τρικυμία και άλλα έργα του δημιουργού, ώστε να προκαλέσουν το φεστιβάλ να αναθεωρήσει για την χρηματοδότησή του από την BP.³⁸

Σε επόμενη performance τους κατά τη διάρκεια της «Δωδέκατης Νύχτας», με αντίστοιχο τρόπο παραποίησαν γνώριμους στίχους σε ιαμβικό πεντάμετρο και φόρεσαν Σαίξπηρική ενδυμασία. Μια από τις ακτιβίστριες φορούσε ένα ελισαβετιανό κολάρο, με τα χρώματα κίτρινο και πράσινο, το οποίο προκαλούσε την αίσθηση πως το λογότυπο της BP είχε τυλιχτεί γύρω από το λαιμό της.

Το σενάριο ξεκινούσε ως εξής:

“If oil be the fuel for us, drill on;

Give us excess of it, that, surfeiting,

The planet may sicken, and so die.

Let’s drill again!”³⁹

Μτφρ:

«Αν το πετρέλαιο είναι το καύσιμο για εμάς,
συνεχίστε τις γεωτρήσεις,

Δώστε μας περίσσειμα από αυτό, αυτό, την
υπερκατανάλωση,

Ο πλανήτης μπορεί να αρρωστήσει και να
πεθάνει.

Ας κάνουμε ξανά γεώτρηση!»

³⁵ Santino J, Public performances: Studies in the carnivalesque and ritualesque, University Press of Colorado, Utah State University Press, (2017)

³⁶ Mahony E, Opening Spaces of Resistance in the Corporatized Cultural Institution: Liberate Tate and the Art Not Oil Coalition, Museum and Society, (2017), 15(2)

³⁷ <https://bp-or-not-bp.org/>

³⁸ <https://bp-or-not-bp.org/2012/04/23/protesters-take-to-the-stage-at-rsc-over-bp-sponsorship/>

³⁹ Santino J, Public performances: Studies in the carnivalesque and ritualesque, University Press of Colorado, Utah State University Press, (2017)



Εικόνα 12. The Reclaim Shakespeare Company – performance στο Βασιλικό Φεστιβάλ Σαίξπηρ, 2012. Φωτογραφίες του David Hoffman



Ακολούθησαν δράσεις έως τον Οκτώβριο του 2019 που αφορούσαν το Βασιλικό Φεστιβάλ Σαίξπηρ, ωστόσο πέτυχαν τον στόχο τους και το Φεστιβάλ διέκοψε το συμβόλαιο του με την BP. Η ομάδα συνέχισε τις δράσεις της για το Βρετανικό Μουσείο και την Εθνική Πινακοθήκη. Μέσω του ιστοτόπου και των λογαριασμών της στα κοινωνικά δίκτυα έκανε έκκληση για συμμετοχή στις δράσεις και οικονομική υποστήριξη μέσω crowdfunder. Η ομάδα κάνει χρήση των μέσων ενημέρωσης ακόμη και σήμερα για την πρόσκληση του κοινού στις παρεμβάσεις της. Σκοπός αυτού είναι να συμμετέχει το κοινό ενεργά στις δράσεις για ζητήματα που το αφορούν. Με τέτοιο τρόπο έγινε και η συμμετοχή του κοινού τον Νοέμβριο του 2019, όταν έκαναν την μεγαλύτερη performance τους στο Βρετανικό Μουσείο φέρνοντας ένα δούρειο ίππο στην έκθεση, “Troy”, «Τροία» που χρηματοδοτούσε η BP. Η performance τελικά έλαβε χώρα τον Φεβρουάριο του 2020, όπου η ομάδα έφερε έναν ξύλινο Δούρειο Ίππο, με το λογότυπο της BP, με ύψος 4 μέτρα και χωρητικότητα 10 ατόμων. Για τη μεταφορά του χρειάστηκε ομάδα υποστηρικτών που συμμετείχαν κρατώντας σημαίες με το σλόγκαν "BP Must Fall".



Εικόνα 13. BP or not BP? - Trojan Horse, 2020 - Φωτογραφίες της Amy Scaife



Η δράση αποτελούσε μεταφορά, σχετικά με την χορηγία της BP, που μοιάζει με δώρο, αλλά στο εσωτερικό έχει καταστροφικές επιπτώσεις. Εκ παραλλήλου, είχε και ειρωνικό πρόσημο καθώς ο νέος Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας επρόκειτο να γνωστοποιήσει πως σκοπεύει η εταιρεία να προσεγγίσει την κλιματική αλλαγή, παρόλο που μόλις είχε ολοκληρώσει έναν αμφισβητούμενο αγωγό φυσικού αερίου μόλις 75 μίλια από την τοποθεσία της αρχαίας Τροίας.

Η ομάδα συνεχίζει μέχρι και σήμερα τη δράση της για την αποστασιοποίηση του πολιτισμού και της τέχνης από τις εταιρείες ορυκτών καυσίμων. Μάλιστα, οι προσπάθειες φαίνεται πως απέδωσαν καρπούς, καθώς τον Ιούνιο του 2023, το Βρετανικό Μουσείο δημοσίευσε πως η συνεργασία του με την BP δε θα συνεχιστεί.⁴⁰

⁴⁰ <https://bp-or-not-bp.org/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ III

3.1 Κοινά σημεία, Αντίθεση και Εξέλιξη

Οι πρώτες βιβλιογραφικές αναφορές αντλούνται από σημαντικές μελέτες που δίνουν έμφαση στα μέσα ενημέρωσης και τη διαφήμιση. Ενώ οι επόμενες εστιάζουν περισσότερο στην τέχνη και διάφορες εκδοχές της όπως η επιτέλεση γύρω από τον ακτιβισμό. Κατά αυτό τον τρόπο δεν αποτελούν εξέλιξη του είδους ως προς το αντικείμενο αλλά συνέχεια της επίτευξης αξιακών στόχων. Στην περίπτωση δηλαδή όλων των παραπάνω ομάδων παρουσιάζεται η χρήση της τέχνης με διαφορετικούς τρόπους, ως πολιτική πράξη, με στόχο κοινωνικές αλλαγές.

Όσον αφορά τις ομάδες πριν το 2000, κοινή πορεία αποτελεί ο μεγάλος βαθμός ελέγχου που ασκούταν από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης προς το κοινωνικό σύνολο. Κατά αντιστοιχία, το ίδιο συμβαίνει και με τις σύγχρονες ομάδες, οπότε η στόχευση επικεντρώνεται στην αφύπνιση και ενημέρωση του κοινού. Μεταξύ των δράσεων τους, παρατηρείται επίσης πως η ανάπτυξη τακτικών και μορφών όπως το *detournement*, η οικειοποίηση, η γκερίλα παρέμβαση σε πολιτιστικά ιδρύματα και δημόσιους χώρους δεν αποτελούσαν μόνο κοινή πρακτική για τον πολιτιστικό ακτιβισμό από τις απαρχές του αλλά διαμόρφωσαν και νέες υβριδικές μορφές τέχνης και διαμαρτυρίας. Οι μη εξουσιοδοτημένες πρακτικές και η παραγωγή των δράσεων έκτος νομικών ορίων είναι ένα χαρακτηριστικό που εκφράζει και τις δύο μεριές. Αυτό ίσως να οφείλεται στην αναγκαιότητα για περισσότερο ανεπηρέαστα αποτελέσματα. Καθώς εν αγνοία των επίσημων παραγόντων η δράση στοχεύει απευθείας στο θεατή.

Ένα ακόμη κοινό χαρακτηριστικό των ομάδων είναι η εταιρική κυριαρχία, για την οποία ξεκίνησαν οι Adbusters να επαναστατούν. Στο έργο τους ανέδειξαν πως η καταναλωτική κουλτούρα και η διαφήμιση επιδρούν στο κοινωνικό σύνολο. Η εξέλιξη αυτή, εμφανίζεται από τις περιβαλλοντικές ομάδες ως ένα νέος τρόπος επίδρασης τέτοιας κυριαρχίας από εταιρείες, χορηγώντας τις τέχνες και σταδιακά οδηγώντας στην ιδιωτικοποίηση των δημόσιων πολιτιστικών ιδρυμάτων. Η δράσεις των νέων ομάδων αλλά και των Adbusters, όπως η "Buy Nothing Day", εξακολουθούν να αναδεικνύουν και στη σημερινή εποχή αυτούς τους στόχους. Οι σύγχρονες πλέον ομάδες, εστιάζουν την προσοχή του συνόλου στη σχέση μεταξύ ηθικής και περιβάλλοντος που προβάλλουν τα πολιτιστικά ιδρύματα και οι φορείς. Δηλαδή, ο τρόπος που η πολιτιστική βιομηχανία χρησιμοποιεί ένα υποστηρικτικό προφίλ ως προς το περιβάλλον ενώ παράλληλα εκτελεί συνεργασίες με εταιρείες που διαπράττουν οικολογικές παραβιάσεις.⁴¹

Η χρήση της διαφήμισης αποτελεί από τη δεκαετία του '70 με την εμφάνιση των Guerilla Girls και των αντισεξιστικών διαφημίσεων και αργότερα με το περιοδικό Adbusters τη δεκαετία του '90 και το culture jamming, μέσο αντίδρασης απέναντι στην

⁴¹ Mahony E, Locating Simon Critchley's 'interstitial distance' in the practices of The Free Art Collective and Liberate Tate, *Art & the Public Sphere*, (2015), 3(1)

κυριαρχία των πολυεθνικών. Μέσο που πλέον, έχοντας εξελιχθεί, είναι περισσότερο προσβάσιμο για χρήση, σε σύγχρονες ομάδες με παρόμοια κίνητρα.⁴²

Παρόμοιο είναι επίσης το κίνητρο μεταξύ των περιβαλλοντικών ακτιβιστικών ομάδων σήμερα με αυτό των Adbusters. Με το έργο τους ανέδειξαν κοινωνικά, οικονομικά αλλά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Στις δράσεις τους σκοπίμως, προσπαθούσαν να αποδείξουν την επίδραση της καταναλωτικής κουλτούρας και της διαφήμισης στο κοινωνικό σύνολο. Η απόδειξη αυτή επιτευχθεί όταν αντιληφθεί το σύνολο τις συνέπειες του καταναλωτισμού και την εκμετάλλευση τόσο των φυσικών πόρων όσο και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων από τη σύγχρονη κυριαρχία. Για παράδειγμα με την καμπάνια τους "Buy Nothing Day", που εξακολουθεί να πραγματοποιείται, αναδεικνύονται οι στόχοι αυτοί.. Καθώς αποσκοπώντας η αποχή από την κατανάλωση για 24 ώρες, συμβάλει και στον περιορισμό του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.

Τέλος, οι σύγχρονες μορφές παρεμβάσεων είναι αποτέλεσμα εξωτερικής επιβολής, στον πολιτιστικό χώρο, αντίστοιχης με αυτή που φρόντιζαν οι Guerilla Girls να εννοηθεί. Οι ιδιωτικές εταιρείες ασκούν πίεση στο χώρο της τέχνης, έχοντας μεγάλη επιρροή, όπως παρατηρούνταν και επιρροή λόγω προνομιακής θέσης των ανδρών στο χώρο της τέχνης κατά τη δεκαετία του '80. Συνεπώς, οι ομάδες προβαίνουν στη χρήση πολιτικού λόγου, ως αποτέλεσμα της ανάμειξης των ιδιωτικών εταιρειών και της καπιταλιστικής βιομηχανίας που σχηματίζεται γύρω από την τέχνη.

Σχετικά τώρα με το δημόσιο χώρο, επικρατεί μια αντίθεση μεταξύ των ομάδων. Ενώ στοχεύουν σε αφύπνιση του κοινωνικού συνόλου για κινητοποίηση, το πεδίο προσέγγισης διαφέρει. Στις παλαιότερες ομάδες παρατηρείται ως τρόπος προσέγγισης, οι εύκολα προσβάσιμες αντι-διαφημίσεις, τα περιοδικά, οι αφίσες και γενικότερα μέσα που επιτρέπουν στο θεατή να τα εντοπίσει οπουδήποτε και αν σταθεί. Οι νέες περιβαλλοντικές ομάδες έχουν χτίσει την ακτιβιστική τους δράση γύρω από μερικώς δημόσιους χώρους, χώρους που ο θεατής πρέπει να επιδιώξει να βρεθεί, όπως μουσεία, πολιτιστικά ιδρύματα και φεστιβάλ. Βέβαια, για να συμβεί αυτό, απαιτείται η σύμπραξη των σύγχρονων μέσων ενημέρωσης, τα οποία χρησιμοποιούν προς όφελός τους. Όπως για παράδειγμα η ομάδα BP or not BP? (παλαιότερα The Reclaim Shakespeare Company), η οποία φροντίζει να ενημερώσει το κοινό πριν τη κάθε δράση της, ώστε όχι μόνο να την ενισχύσει αλλά και να την ακολουθήσει. Η διαφήμιση λοιπόν στην δική τους περίπτωση λειτουργεί ευνοϊκά προτού επιχειρήσουν την δική τους αντι-διαφήμιση και διαδήλωση ενάντια στα εταιρικά συμφέροντα.

⁴² Ανδριωτάκης, Μανώλης, Πολιτισμικός Ακτιβισμός, Εκδόσεις Futura, Αθήνα, 2003 (σ.43)

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα εργασία ξεκίνησε με σκοπό την αναζήτηση της γόνιμης σχέσης μεταξύ ακτιβισμού και τέχνης και της ανάδυσης ενός προκλητικού και δυναμικού πεδίου. Η εμφάνιση ολοένα και περισσότερο τέτοιων πρακτικών ήταν η αιτία για την συγγραφή της παρούσας ερευνάς. Πεδίο έρευνας αποτέλεσαν ακτιβιστικές παρεμβάσεις από τη δεκαετία του 1970 έως και τις απαρχές της δεκαετίας του 2020. Οι πρώτες, αν και δεν έδωσαν έμφαση στην περιβαλλοντική κρίση, είναι ουσιώδες να εξεταστούν καθώς αποτέλεσαν βάση για τη δημιουργία των επόμενων ομάδων, των οποίων η δράση αφορούσε στην προστασία του περιβάλλοντος.

Η εργασία αυτή οδήγησε στο συμπέρασμα ότι τέχνη και ακτιβισμός μπορούν να προσφέρουν ένα πιο δυναμικό και διευρυνόμενο πεδίο παρέμβασης, με στόχο την ευαισθητοποίηση και τελικά την κινητοποίηση προς κοινωνική αλλαγή. Καθώς και ότι οι πράξεις των ακτιβιστών δεν ορίζονται πάντα σε σωστές και λάθος και αυτό έχει σχέση με τους εκάστοτε στόχους των ενεργειών τους.

Παρατηρώντας τις σύγχρονες και παλαιότερες ομάδες να αξιοποιούν την καλλιτεχνική τους δημιουργία ως μορφή διαμαρτυρίας, προκύπτει το συμπέρασμα πως αυτή η δημιουργία είναι ένα εργαλείο που μπορεί να προκαλέσει αλλαγή, καθώς διαφέρει από άλλες μορφές διαμαρτυρίας, για τις οποίες ο άνθρωπος, αν δεν έχει χάσει το ενδιαφέρον του, έχει συνηθίσει. Αυτή η δραστηριότητα φέρνει την διαφορά στον ακτιβισμό και είναι ικανή να παρακινήσει περισσότερες φωνές διαμαρτυρίας.

Οι νέες ακτιβιστικές ομάδες βασίζονται σε ζητήματα της κλιματικής αλλαγής, η οποία επηρεάζει ένα ευρύ κοινωνικό φάσμα. Όντας καλλιτεχνικές επιλέγουν να αγωνιστούν για την τέχνη και τον πολιτισμό. Φέρνοντας στον πολιτιστικό χώρο τέτοιου είδους παρεμβάσεις επιδιώκουν ανασυγκρότηση των σχέσεων εξουσίας. Αυτή η μορφή διαμαρτυρίας εντάσσει την συμμετοχή στη λειτουργία των πολιτιστικών ιδρυμάτων. Αυτός ο στόχος επιβεβαιώνεται από την ενσωμάτωση του κοινού στις παρεμβάσεις, από ομάδες όπως για παράδειγμα η ομάδα The Reclaim Shakespeare Company - BP or Not BP?. Συμμετοχή που βασίζεται στην ενσυναίσθηση του κοινού για το φλέγον ζήτημα της περιβαλλοντικής κρίσης.

Η επιλογή να απευθυνθούν σε πολιτιστικά ιδρύματα και μουσεία, διαμορφώνει ένα νέο πεδίο στον πολιτιστικό ακτιβισμό. Μπορεί οι παρεμβάσεις αυτές να πραγματοποιούνται εκτός του δημοσίου χώρου όμως η σημασία της συμμετοχής και η δημιουργία σχέσεων με την κοινωνία καταστεί την πολιτική τέχνη φορέα αλλαγής και όχι πολιτιστικό προϊόν σε αντίθεση με την καπιταλιστική βιομηχανία. Συνδυάζοντας την ανεξάρτητη δράση με την τέχνη, οι αλλαγές στην πολιτιστική βιομηχανία, υπάρχει πιθανότητα να στοχεύσουν σε μια επερχόμενη περιβαλλοντική και κοινωνική αναδιοργάνωση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αντι-κουλτούρα: Η Ανάδυση Ενός Νέου Κοινωνικού Υποκειμένου μετά το 1980, επιμ. Παντελής Αραπίνης, Ιδιομορφή, Σπάρτη, (Ιανουάριος, 2012), σ. 102-111

Ανδριωτάκης, Μανώλης, Πολιτισμικός Ακτιβισμός, Εκδόσεις Futura, Αθήνα, 2003

Καραθανάσης Πανσανίας, «Τέχνη του Δρόμου: Graffiti, Τέχνη, Πολιτική Διεκδίκηση και Δρόμος», κατάλογος της έκθεσης "No Respect", Επιμέλεια Έκθεσης Μαριλένα Β. Καρρά, Στέγη Γραμμάτων και Τεχνών, Ίδρυμα Ωνάση, 2014

Dery, Mark. «Ανταρτοπόλεμος στην Αυτοκρατορία των Σημείων», Futura 6, (1999), σ. 150-173

Felshin, Nina. But Is It Art?: The Spirit of Art as Activism, Seattle: Bay Press, (1995)

Kalle Lasn, Culture Jam: The Uncooling of America, Eagle Brook, (1999)

Santino J, Public performances: Studies in the carnivalesque and ritualesque, University Press of Colorado, Utah State University Press, (2017)

Trier James, Guy Debord, the Situationist International, and the Revolutionary Spirit, Brill Sense, (2019)

ΙΝΤΕΡΝΕΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Dery, Mark, Culture Jamming: Hacking, Slashing, and Sniping in the Empire of the Signs, Westfield, NJ: Open Magazine Pamphlet Series, (1993)

Jan Lloyd, Culture Jamming: Semiotic Banditry in the Streets, (May 2014)

Από: <http://www.cult.canterbury.ac.nz/research/student/lloyd.htm>

Kuan Chung S, Kirby M, Media Literacy Art Education: Logos, Culture, Jamming, and Activism, Art Education, Vol. 62, No. 1 (Jan., 2009), pp. 34-39

Mahony E, Locating Simon Critchley's 'interstitial distance' in the practices of The Free Art Collective and Liberate Tate, Art & the Public Sphere, (2015), 3(1)

Mahony E, Opening Spaces of Resistance in the Corporatized Cultural Institution: Liberate Tate and the Art Not Oil Coalition, Museum and Society, (2017), 15(2)

Memou, A. 2018. Art, Activism and the Tate. Third Text. 31 (5-6), pp. 619-631

Sandlin J, Milam J, Mixing Pop (Culture) and Politics": Cultural Resistance, Culture Jamming, and AntiConsumption Activism as Critical Public Pedagogy, Curriculum Inquiry, Curriculum Inquiry, (2008), 323-350, 38(3)

SB Paul, Art Against Art: Looking at Selected Posters of Guerilla Girls in their Resistance Against Sexual Politics, Navajyoti, International Journal of Multi-Disciplinary Research, Volume 5, Issue 1, August (2020)

Withers Josephine, The Guerrilla Girls, Feminist Studies, Inc. Vol. 14, No. 2 (Summer, 1988), pp. 284-300

Links:

<https://www.artnotoil.org.uk/about-us>

www.adbusters.org

<https://bp-or-not-bp.org/>

<https://www.guerrillagirls.com/>

<http://www.artmonthly.co.uk/magazine/site/article/on-refusing-to-pretend-to-do-politics-in-amuseum-by-john-jordan-2010>

<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/activisme/>

ΑΙΣΤΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

- 01.** Barcode run, Adbusters - Εξώφυλλο
- 02.** It's so cool to wear. Think Again - Nike 'subvertisement', Adbusters
- 03.** Buy Nothing Day - 1993, Adbusters
- 04.** Buy Nothing Day - 2019, Adbusters
- 05.** Culture jammer's Manifesto - 1999, Kalle Lasn, Culture Jam: How to Reverse America's Suicidal Consumer Binge - and Why We Must
- 06.** Do Women Have To Be Naked To Get Into The Met. Museum? - 1989, Guerilla Girls
- 07.** How many women had one-person exhibitions at NYC Museums last year? - 1985, Guerrilla Girls
- 08.** Dearest art collector - 1985, Guerrilla Girls
- 09.** ART NOT OIL - 2010, The Laboratory of Insurrectionary Imagination, Tate Modern
- 10.** License to Spill - 2010, Liberate Tate
- 11.** The Gift - 2012, Liberate Tate
- 12.** Human Cost - 2012, Liberate Tate
- 13.** Performance – 2012, The Reclaim Shakespeare Company
- 14.** Performance – 2012, The Reclaim Shakespeare Company
- 15.** Trojan Horse – 2020, BP or not BP?/The Reclaim Shakespeare Company

“There is no document of civilization which is not at the same time a document of barbarism.”— Walter Benjamin

ⁱ «**Activisme**: Système de conduite qui privilégie l'action directe, en particulier dans le domaine politique, social». (= Ένα σύστημα συμπεριφοράς που ευνοεί την άμεση δράση, ιδίως στον πολιτικό, κοινωνικό τομέα) : Βλ. larousse.fr

ⁱⁱ **Adbusters**: Όπως αναφέρεται και στην ιστοσελίδα τους, το περιοδικό Adbusters είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός. Δεν χρηματοδοτείται από διαφημίσεις (έντυπες ή διαδικτυακές), εταιρικές χορηγίες ή κυβερνητικές/ιδρυματικές επιχορηγήσεις. Υποστηρίζεται οικονομικά από τους αναγνώστες του, διατηρώντας την ανεξαρτησία του. Το ποσό που συγκεντρώνεται από τις πωλήσεις, επιστρέφει άμεσα στις εκστρατείες και τη παραγωγή του περιοδικού.

ⁱⁱⁱ **Demarketing**: The marketing enterprise has now come full circle. The time has come to unsell the product and turn the incredible power of marketing against itself. (= Απομάκρυνση από το μάρκετινγκ: Η επιχείρηση μάρκετινγκ έχει πλέον κάνει τον κύκλο της. Ήρθε η ώρα να ξεπουλήσετε το προϊόν και να μετατρέψετε την απίστευτη δύναμη του μάρκετινγκ ενάντια στον εαυτό του.) : Από Culture Jam: The Uncooling of America.